

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi



Disusun Oleh
HENDRIK WIJAYA
162014802

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SALATIGA

2017



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendrik Wijaya
NIM : 162014802 Email : 162014802@student.uksw.edu
Fakultas : FKIP Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul tugas akhir : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih
Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana
Pembimbing : Arief Sadjarto, SE., M.Pd

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

1956





PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA
Jl. Diponegoro 52 - 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 - 321212, Fax. 0298 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendrik Wijaya
NIM : 162014802 Email : 162014802@student.uksw.edu
Fakultas : FKIP Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul tugas akhir : Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak *non-eksklusif* kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak *copyright* atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (tidak *kaprodi*).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 21 Juni 2017

Hendrik Wijaya

Mengetahui,

Arief Sadjiarto, SE., M.Pd

LEMBAR PERSETUJUAN


**PENGARUH STRATEGI Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Mahasiswa Memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis
Universitas Kristen Satya Wacana**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Disusun Oleh
Hendrik Wijaya
162014802

Menyetujui,


Arief Sadjiarto, SE, M.Pd

Pembimbing

1956

**PRORGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

2017

LEMBAR PENGESAHAN


**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Disusun oleh
Hendrik Wijaya
12014802

Disetujui Oleh


Arief Sadjiarto, SE, M.Pd.
Pembimbing

Penguji I


Dr. Bambang Ismanto, M.Si.

Penguji II


Arief Sadjiarto, SE, M.Pd.

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

2017

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA MEMILIH FAKULTAS PERTANIAN DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**


SKRIPSI


Disusun dan Diajukan Untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi

Disusun oleh
Hendrik Wijaya
162014802

Disahkan oleh,

Diketahui oleh,


Dr. Yari Dwi Kurnianingsih, M.Pd.
Dekan FKIP UKSW


Dra. Entri Sulistari G, M.Si.
Kaprogdi Pendidikan Ekonomi

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

2017

MOTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Segenggam ketenangan lebih baik dari pada dua genggam jerih payah dan usaha menjaring angin.

(Pengkotbah 4:6)

Continue to study and learn new skills

(Edie McClurg)

Always do your best. What you plant now, you will harvest later.

(Og Mandino)

PERSEMBAHAN:

Dengan ketulusan hati, kupersembahkan karya sederhana ini untuk:

- ♣ Tuhan Yesus Kristus yang telah menuntun, memberkati dalam mengerjakan skripsi
- ♣ Keluargaku tercinta yang selalu memberi doa, semangat, dan dukungan
- ♣ Saudara, sahabat dan teman-temanku yang selalu ada untukku memberikan semangat, doa dan menemani saat membuat skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis penjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan karuniaNya, kasih setia dalam menyertai dan membimbing, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul **“Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana”** dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat guna mencapai gelar Sarjana Pendidikan Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana.

Terselesaikannya skripsi ini bukanlah karena upaya penulis seorang, namun dengan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis akan menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, perkenankanlah saya menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Yari Dwikurnaningsih, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen satya Wacana yang telah memberikan ijin penelitian sehingga penelitian ini dapat terlaksana.
2. Dra.Entri Sulistari G, M.Si selaku Kaprogdi Pendidikan Ekonomi yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama menuntut ilmu di FKIP UKSW.
3. Arief Sadjiarto, SE, M.Pd selaku Pembimbing, terima kasih untuk ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah Ibu berikan pada saat bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya dan dengan hasil yang baik.
4. Dr. Bambang Ismanto, M.Siselaku Penguji, terima kasih untuk saran yang diberikan pada saat ujian skripsi
5. Seluruh dosen Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan begitu banyak ilmu yang dapat saya pelajari selama berkuliah di Pendidikan Matematika.
6. Seluruh Karyawan Tata Usaha Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan yang telah membantu saya mengurus administrasi perizinan penelitian.
7. Seluruh keluarga tersayang, yang memberikan perhatian serta dukungan tanpa batas kepada saya. Tanpa doa mereka, saya tidak akan pernah menjadi seperti ini.
8. Sahabat-sahabat dan teman-teman saya, yang selama ini selalu mendukung dan menyemangati saya.
9. Teman-teman kantor yang selalu mendukung dan menyemangati saya.
10. Teman-teman gereja yang telah mendukung, menyemangati dan memberikan doa.

11. Teman-teman seperjuangan, Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, yang telah berjuang bersama menyelesaikan studi S1 di Pendidikan Ekonomi.
12. Semua pihak yang telah membantu saya dalam pelaksanaan penelitian hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurang sempurnaannya dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis mohon kiranya pembaca memberikan kritik dan saran yang dapat membantu penulis dalam perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca yang memerlukannya.

Salatiga, 21 Juni 2017

Hendrik Wijaya



ABSTRAK

Wijaya, Hendrik. 2017. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Kristen Satya Wacana.

Abstrak

Pendidikan merupakan faktor pendukung yang memegang peranan di segala sektor. Keputusan memilih oleh mahasiswa dipengaruhi oleh strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk, harga, promosi, tempat, proses, orang, dan pelayanan. Permasalahan dalam penelitian ini antara lain: sejauhmana pengaruh strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk, harga, promosi, tempat, proses, orang, dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang strategi bauran pemasaran jasa, teori perilaku konsumen dan keputusan pembelian. Pendekatan dalam penelitian ini deskriptif kuantitatif yang didukung survey, bersifat eksplanatory, dimana seluruh variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dengan daftar pertanyaan dan wawancara kepada 51 responden. Metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis digunakan uji F dan uji t pada tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) hasil regresi adalah 89.5%, menunjukkan bahwa variabel bebas (produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan) mampu menjelaskan 89.5% terhadap variabel terikat (keputusan mahasiswa). Berdasarkan nilai *standardized coefficient* diketahui secara parsial bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh positif (7,916) dan lebih dominan dibandingkan dengan variabel lain (produk, harga, promosi, tempat, orang, dan proses). Kesimpulan dari penelitian ini secara serempak strategi bauran pemasaran yang terdiri dari; produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih Fakultas Pertanian dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, dan Keputusan Memilih.

ABSTRACT

Education is a primary factor in a part all sectors. The student decision influenced by marketing mix strategy; product, price, promotion, place, process, people, and service. The problems in this research are: how marketing mix strategy (product, price, promotion, place, process the, people, and service) influences student is chosen Faculty of Agriculture and Business of Universitas Kristen Satya Wacana. The theories used in this research are the marketing mix theory, consumer behavior theory and buying decision theory. This reseach are descriptive quantitative approach with survey method. This research constitutes explanatory and all of variables are measured by likert scale. The technique to gathering were used the questionnaire and interview for 51 respondents. The method of multiple linier regression was used to answer the hypothesies with level of confidence 95%, $\alpha = 0,05$. The determination coefficient (R^2) of regression result is 89,5% indicating that the independent variables (product, price, promotion, place, process, people, and service) were able to explain 89,5% to the dependent variable (student chosen decision). Based on a standardized coefficient, it's partially known that service variable has positive influence (7,916) and more dominant compared to other variables (product, price, promotion, place, process, and people). The conclusions of this research are the marketing mix strategy (product, price, promotion, place, process the, people, and service) influences on students decision on the Faculty of Agriculture and Business of Universitas Kristen Satya Wacana.

Key words : Marketing Mix, and Customer Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN AKSES.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Signifikansi Penelitian	4
1.4.1 Signifikansi Teoritis	4
1.4.2 Signifikansi Praktis	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Tentang Perilaku Konsumen	6
i) Pengertian Perilaku Konsumen	6
ii) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	6
2.2 Teori Tentang Strategi Bauran Pemasaran Jasa	8
2.2.1 Pengertian Strategi Bauran Pemasaran Jasa	8
2.3 Klasifikasi Bauran Pemasaran Jasa	9
2.3.1 Pengertian dan Faktor-faktor Produk (Product)	9
i) Pengertian Product	9
ii) Faktor-faktor Product	9
2.3.2 Pengertian dan Faktir-faktor Harga (Price)	10

i) Pengertian Price	10
ii) Faktor-faktor Harga	10
2.3.3 Pengertian dan faktor-faktor Promosi (Promotion)	10
i) Pengertian Promosi	10
ii) Faktor-faktor Promosi	11
2.3.4 Pengertian dan Faktor-faktor Tempat (Place)	12
i) Pengertian Tempat	12
ii) Faktor-faktor Tempat	12
2.3.5 Pengertian Proses	13
2.3.6 Pengertian dan Faktor-faktor Orang (People)	13
i) Pengertian Orang	13
ii) Faktor-faktor Orang	14
2.3.7 Pengertian dan Faktir-faktor Pelayanan (Service)	14
i) Pengertian Pelayanan	14
ii) Faktor-faktor Pelayanan	14
2.4 Penelitian Terdahulu	14
2.5 Kerangka Berfikir	15
BAB III METODE PENELITIAN	17
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	17
3.2 Prosedur Penelitian	17
3.3 Populasi dan Sampel	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	19
3.5 Jenis dan Sumber Data	20
3.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	20
3.6.1 Uji Validitas	20
3.6.2 Uji Reliabilitas	20
3.7 Hipotesis Penelitian	20
3.7.1 Identifikasi Variabel Hipotesis	20

3.7.2 Hipotesis	21
3.7.3 Definisi Operasional Variabel Hipotesis	21
3.7.3 Pengujian Asumsi Klasik	23
i) Uji Normalitas	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Hasil Penelitian	25
4.1.1 Gambaran Umum Fakultas Pertanian dan Bisnis UKSW	25
4.1.2 Visi dan Misi Fakultas Pertanian dan Bisnis UKSW	26
i) Visi	26
ii) Misi	26
4.1.3 Karakteristik Responden	27
i) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
ii) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	27
4.1.4 Penjelasan Responden	28
i) Penjelasan atas Produk (Program Studi)	28
ii) Penjelasan Atas Harga	29
iii) Penjelasan Atas Promosi	30
iv) Penjelasan Atas Tempat	31
v) Penjelasan Atas Orang	31
vi) Penjelasan Atas Proses	32
vii) Penjelasan Atas Pelayanan	32
viii) Penjelasan Atas Keputusan Memilih	33
4.2 Pembahasan	34
4.2.1 Pengujian Asumsi Klasik	34
i) Hasil Uji Normalitas	34
4.2.2 Regresi Linier Berganda	35
4.2.3 Uji F (Serempak).....	37
4.2.4 Uji t (Parsial)	38

BAB V KESIMPULAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	44

